

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (四国)	◎	タクシー運転手	・こう法大師生誕1250年の今年は四国霊場でも各種イベントがあり、お遍路の仕事が増える。また、新型コロナウイルスの感染状況が収束に向かえば街中でタクシー利用も増え、今よりは良くなる。
	○	商店街（事務局長）	・新型コロナウイルス感染症の第8波のピークを過ぎ、ウィズコロナも定着し、暖かな季節に向けて景気は上向くと期待している。飛行機の国際線の順次再開によりインバウンドも日々増えてきており、業種は偏ってはいるが、消費動向には確実にプラスとなっている。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・繁華街のにぎわいは余り良くないが、春に向けて祝い商品の予約は順調に入ってきている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・メーカーの生産台数増加が見込まれている。
	○	乗用車販売店（役員）	・第2四半期以降、メーカーの生産状況は不透明だが、前年割れはない。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末は忙しかった反動で、年明け以降は落ち着いているが、3月や4月には売上は少し良くなる。
	○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症による外出自粛も落ち着き、新生活シーズンを含め一定の回復を期待している。
	○	美容室（経営者）	・卒業シーズンの3月は来客が増える。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が5類へ移行されるという精神的に明るくなるような兆しもあるが、まだ新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりしている。各種値上げもあり、飲食を中心に厳しい状態が続く。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響等から、現時点ではレジャーなど娯楽への意欲が格段に引き上がるとは思えない。商品、サービス等の値上げが今後も続くため、客の財布のひもは固いまま変わらない。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染拡大傾向に歯止めが掛かり、この先少し期待が持てそうな気もするが、正直分からない。小売業者としては、現状を少しでも打破すべく努力するのみである。
	□	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・物価上昇で家計がひっ迫するなか、消費者の財布のひもはますます固くなるだろう。
	□	スーパー（店長）	・物価上昇が続くなか、買上点数が増えるとは考えにくい。
	□	スーパー（企画担当）	・今後も値上がりが続くと報道があるため、売上は増加すると予想するが、買いだめによるものである。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ここしばらく停滞気味で、上向くことはない。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・新型コロナウイルス感染症が5類へ移行した後のメディアの報道次第では、来客数が増えるのではないかと期待している。
	□	家電量販店（店員）	・商品価格が上昇しているため、販売数量は減る。
	□	家電量販店（副店長）	・物価の上昇傾向が続き、故障以外では高額商品の買換えに慎重になっている。
	□	乗用車販売業（営業担当）	・今後も注文できない車種が多く、厳しい状況が続く。
	□	乗用車販売店（従業員）	・物価上昇が4月以降の新車受注に影響するのを心配している。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・為替や原料価格の推移から、物価高に一服感が出てくると期待する。
	□	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類に移行が検討されているが、今後の動きは不透明である。
	□	タクシー運転手	・例年3月や4月は歓迎会等で忙しいが、客との会話から、新型コロナウイルス感染症の影響で飲み会や歓迎会は行わないと聞く。そのため、1月と余り変わらないと判断した。
□	通信会社（支店長）	・電気代を始め物価高騰により、需要拡大は見込めない。	
□	観光遊園地（職員）	・コロナ禍でこれまで中止あるいは縮小開催を余儀なくされてきた春のイベントが今年は通常どおり開催される見通しで、好調を維持できる。	
□	競輪競馬（マネージャー）	・物価高の大きな波も2～3か月後には緩やかな波になると予想しており、現状程度で推移する。	
□	美容室（経営者）	・先行きの見通しは立たない。	

	□	設計事務所（所長）	・先行きは不透明であるが、住宅に限れば、価格上昇や設備の納入遅れなどから販売が不調になっている。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が終息しないなかで、政府は増税策を進めている。
	▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行で、人々の生活が平常に戻れば巣籠り需要が消滅する。また、物価上昇が今後も続くと消費に悪影響を及ぼすことが予想される。
	▲	スーパー（人事）	・相次ぐ値上げで商品単価は増加傾向にあるが、買上点数は前年とほぼ変わらない。節約志向が高まれば買上点数は減少に転じると予想される。
	▲	スーパー（財務担当）	・更なる値上げにより、買い回りが一層進む。
	▲	コンビニ（店長）	・商品の値上げの影響か、買い控えを感じる。恐らく、ディスカウントストアやスーパーのセール品等の安価な商品を購入し、やや高価格なコンビニでの買物は控えているのではないかと。このような状況がしばらく続く。
	▲	コンビニ（店長）	・客の節約志向は感じられないが、これから売上が減少し始めるのではないかと。
	▲	コンビニ（総務）	・相次ぐ増税や物価高に加え、賃上げも不透明になっていることから、来客数の減少傾向は強まる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・洋服や小物が値上がりしており、景気は余り良くならない。電気代も上がり厳しいためやや悪くなる。
	▲	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・消費者物価が上昇し、外食を控える傾向がみられる。
	▲	都市型ホテル（経営者）	・先々の予約状況から判断した。
	▲	通信会社（営業部長）	・電気料金の値上げなど物価高の影響が大きくなる。
	▲	通信会社（社員）	・賃金は変わらないが、物価が上昇しているため、結果として家計消費は低下していく。
	×	コンビニ（商品担当）	・現政権は、軍事費増加や少子化対策を増税で賄おうとしており、消費者の生活水準は上らず、消費は冷え込むばかりである。
	×	衣料品専門店（経営者）	・終わりのみえない値上げにより、買い控えがある。
	×	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援の効果は一巡し、原材料価格高騰や人手不足などの影響が顕在化する。
企業 動向 関連  (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・値上げが続くなか、極端な円安の調整は進んでおり、輸入原料のコストが低下することから、利益が確保できるとともに、賃金も上昇すると予想される。
	○	農林水産業（職員）	・例年、春は人の動きが活発になり、気温も暖かくなると業務需要を中心に消費が増加する。新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるものの、景気好転を期待している。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・円安の影響により仕入先を海外から国内に切り替えた卸売業者からの依頼で売上が増加し、この先も増加する見込みである。
	○	化学工業（所長）	・前月同様、為替が落ち着いてきていること、原油・ナフサの相場が弱含みであることが、景気好転の材料になる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・大型受注の案件があり良くなる。
	○	電気機械器具製造業（経理）	・新型コロナウイルス感染症の第8波による新規感染者数が落ち着き、海外からの渡航者が増加したことや、円安の動きが一服したこと、5月には新型コロナウイルスの感染症法上の5類へ移行する方針が示されたことから、インフレによる物価高はあるものの、それ以上に好影響な材料が見えてきた。
	○	通信業（総務担当）	・前年度に未実施であった社外とのイベント等が一部再開されるなど、新型コロナウイルス感染症発生前の形に戻りつつある。
	○	金融業（副支店長）	・電気料金や食料品の値上げ等が予定されている一方、円相場は落ち着き、新型コロナウイルス感染症対策の緩和や賃上げ、インバウンド効果等により、景気は緩やかに回復していく。

		繊維工業（経営者）	・販売面では回復基調にあるものの、円安による原材料費の増加や加工賃の値上がりが利益を圧迫している。最近はや高傾向だが、いつ円安に振れるか分からず、電気代などエネルギーコストが更に上昇する懸念もあり、元の仕入価格には戻りそうにない。政府は賃上げを声高に訴えているが、多くの中小企業では足元のコストプッシュ要因への対応が喫緊の課題となっている。
	□	建設業（経営者）	・今後の公共事業次第である。
	□	建設業（経営者）	・補正予算次第であるが、景況感は部門・地域によって相当格差が出るだろう。良くなるとも悪くなるともいえない。
	□	輸送業（経営者）	・このままずるずると進むのではないかと。
	□	輸送業（営業）	・消費財の相次ぐ値上げに加え、電気・ガス等の公共料金の上昇、燃料価格の高止まりが、消費者の購買動向に及ぼす影響は大きい。年度末の繁忙期を控えているが、景気の好転は期待できない。
	□	通信業（企画・売上管理）	・景況感は特に大きく変わる見込みはない。野球のWBCが盛り上がり、流通やメーカーの販売・キャンペーンが活況することを祈っている。
	□	広告代理店（経営者）	・5月の連休明けに新型コロナウイルス感染症が2類相当から5類へ移行する予定であることから、イベント等の回復が期待できるが、エネルギー価格高騰による影響は意外と大きい。次年度予算はこれからだが、客の広告自粛等も予想され、景況感は余り変わらない見込みである。
	▲	食料品製造業（経営者）	・4月からの電気代等の値上がりが確定しているため、それに伴い、製造コストが上昇し、利益率が低下すると予想される。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	・大手住宅メーカーの契約件数が回復していない。年始の挨拶周りでは、今年の景気は悪いという声が多かった。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・足元では世界的な金融引締めによる景気後退や新型コロナウイルスの感染再拡大の懸念から、先行き不透明感が強くなっている。
	×	鉄鋼業（総務部長）	・製造経費に占める電気料金の比率が高い鑄鋼電気炉メーカーにとって、上昇し続ける燃料費調整額や4月からの電気料金の引き上げは、製造コストに甚大な影響を及ぼす。
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（営業）	・人事異動や転職のシーズンに入る年度末は、新生活に向けての購買ニーズも高まり、新たな雇用も見込め、景気回復が期待できる。しかし、物価上昇や新型コロナウイルス感染症の5類への移行が消費者の行動意欲にどう影響するかで、景気は大きく変わる。□
	○	求人情報誌製作会社（従業員）	・人事異動の時期には求人数の増加が予想される。
	○	民間職業紹介機関（所長）	・引き続き、求人活動が活発になると予想される。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・恒常的な人手不足感は変わらないが、原材料価格等の上昇が企業の採用意欲にどう影響するかは分からない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・製造業の増産による人材派遣の需要が期待できない。
	▲	求人情報誌（営業）	・周辺各社では物価高騰による仕入原価の増加や、人件費の増加など、コストがかさむ一方、それに見合う売上増加は見込めず、利益は減少傾向となっており、景気は悪化傾向にある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・良くなる要素が余りない。観光などが回復して景気につながってほしい。
	▲	職業安定所（求人開発）	・管内製造業の中には、これまで徐々に価格転嫁してきた企業がある一方、今月から大幅な価格転嫁を始める企業もある。価格転嫁により受注が落ち込む様子見している企業もあれば、半ば出たとこ勝負のような企業もある。食品業・化学繊維業は今後の見通しについて不透明との認識であり、景気の先行きを読み切れない状況である。
	×	—	—